

PENGARUH CUSTOMER SATISFACTION TERHADAP
CUSTOMER LOYALTY DENGAN MEDIASI
TRUST DAN COMMITMENT PADA
KONSUMEN LAZADA



OLEH:
DAVID SETIADI
3103012115

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2016

**PENGARUH CUSTOMER SATISFACTION TERHADAP
CUSTOMER LOYALTY DENGAN MEDIASI
TRUST DAN COMMITMENT PADA
KONSUMEN LAZADA**

SKRIPSI
Diajukan kepada
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
Untuk Memenuhi Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Jurusan Manajemen

OLEH:
DAVID SETIADI
3103012115

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2016

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

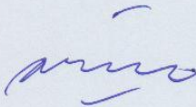
**PENGARUH *CUSTOMER SATISFACTION*
TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY*
DENGAN MEDIASI *TRUST* DAN *COMMITMENT*
PADA KONSUMEN LAZADA**

Oleh:
DAVID SETIADI
3103012141

Telah Disetujui dan Diterima untuk Diajukan

Kepada Tim Penguji

Pembimbing 1,



Dra. Ec. Lydia Ari W., MM.

Pembimbing 2,



F.X. Agus Joko Waluyo P., SE.,M.Si

Tanggal: 23 November 2016

Tanggal: 23 November 2016

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh David Setiadi NRP 3103012115 Telah diuji pada tanggal 15 Desember 2016 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji

Ketua Tim Penguji



Dr. C. Erna Susilowati, M.Si
NIK 311.97.0268

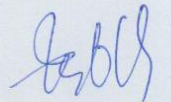
Mengetahui:

Dekan,



Dr. Lodovicus Lasdi. MM
NIK. 321. 99. 0370

Ketua Jurusan



Elisabeth Supriharyanti.SE.M.Si
NIK. 311. 99. 0369

**PERNYATAAN KEASLIAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : DAVID SETIADI

NRP : 3103012115

Judul : **PENGARUH *CUSTOMER SATISFACTION* TERHADAP
CUSTOMER LOYALTY DENGAN MEDIASI *TRUST* DAN
COMMITMENT PADA KONSUMEN LAZADA**

Menyatakan bahwa tugas akhir skripsi ini adalah ASLI karya Tulis saya. Apabila karya ini merupakan plagiarisme, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Saya menyetujui bahwa karya tulis ini dipublikasikan atau ditampilkan di internet atau media lain (*Digital Library* Perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sesuai dengan Hak Cipta.

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 29 November 2016
Yang menyatakan,



David Setiadi

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yesus atas anugerahNya. Limpahan kasih karunia dan rahmatNya yang selalu diberikan kepada penulis sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Costomer Satisfaction terhadap Costomer Loyalty dengan mediasi Trust dan Commitment pada Konsumen Lazada*”. yang dapat selesai dengan tepat waktu.

Skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak yang secara langsung maupun tidak langsung membantu penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar – besarnya kepada:

1. Dr. Lodovicus Lasdi, MM selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Widya Mandala Surabaya.
2. Ibu Elisabeth Supriharyanti. SE. M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen UniversitasWidya Mandala Surabaya.
3. Ibu Dra. Ec. Lydia Ari Widyarini, MM. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing, memberikan pengarahan yang sangat berguna, dan ide cemerlang yang sangat berguna sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Bapak F.X. Agus Joko Waluyo Prabowo, SE.,M.Si selaku dosen pembimbing yang juga telah meluangkan waktunya untuk membimbing, memberikan pengajaran dan pengarahan yang sangat membantu, ide dan saran-saran yang sangat berguna.
5. Semua dosen dan tata usaha Universitas Katolik Widya Mandala yang selama ini telah banyak membantu penulis dalam banyak hal.

6. Papa dan mama yang selalu mengingatkan untuk terus semangat, memberikan doa, dukungan, dan nasehat dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Sahabat terdekat penulis (Mery, Bobby, Teddy, Kelvin, Hendri, Shambas, Jeffry, Ivan, Tomy, Orlando, Stafanus, Bayu) yang selalu memberikan doa dan semangat untuk kelancaran skripsi ini.
8. Teman-teman perkuliahan konsentrasi ritel terutama Kelvin, Hangga seluruh angkatan 2012 dan teman – teman lain.
9. Rekan-rekan penulis di Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang telah mendukung penulis dengan apa adanya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, mengingat keterbatasan waktu, pikiran, kemampuan dan tenaga yang saya miliki. Sehingga dengan penuh kerendahan hati penulis mengharapkan saran dan kritik guna pengembangan selanjutnya.

Akhir kata penulis berharap agar skripsi ini dapat berguna bagi semua pihak yang membutuhkan dan penulis memohon maaf apabila ada kesalahan penulisan pada skripsi ini.

Surabaya, 29 November 2016



David Setiadi

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRAK	xii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Permasalahan	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian	5
1.4. Manfaat Penelitian	6
1.5. Sistematika Penulisan	6
BAB 2 TINJAUAN KEPUSTAKAAN	8
2.1. Penelitian Terdahulu	8
2.2. Tinjauan Pustaka	10
2.3. Pengaruh Antar Variabel	14
2.4. Kerangka Penelitian	19
2.5. Hipotesis	19
BAB 3 METODE PENELITIAN	20
3.1. Jenis Penelitian	20

3.2. Identifikasi Variabel	20
3.3 Definisi Variabel Operasional.....	21
3.4. Pengukuran Variabel	23
3.5. Jenis dan Sumber Data.....	24
3.6. Alat dan Metode Pengumpulan Data.....	24
3.7. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	25
3.8. Teknik Analisis Data	26
BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN	31
4.1. Karakteristik Responden.....	31
4.2. Statistik Deskriptif Variabel Penelitian.....	34
4.3. Uji Asumsi SEM	39
4.4. Pembahasan	47
BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN	49
5.1. Simpulan.....	52
5.2. Saran.....	52
DAFTAR KEPUSTAKAAN	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1. Persamaan dan Perbedaan Penelitian	9
Tabel 3.1. <i>Goodness of-Fit Index</i>	30
Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	31
Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	32
Tabel 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Belanja	33
Tabel 4.4. Derajat Penelitian Setiap Variabel	34
Tabel 4.5. Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	35
Tabel 4.6. Statistik Deskriptif Variabel <i>Trust</i>	36
Tabel 4.7. Statistik Deskriptif Variabel <i>Commitment</i>	37
Tabel 4.8. Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Loyalty</i>	38
Tabel 4.9. Hasil Uji Normalitas <i>Univariate</i>	39
Tabel 4.10. Hasil Uji Normalitas <i>Multivariate</i>	40
Tabel 4.11. Hasil Uji Validitas.....	41
Tabel 4.12. Hasil Uji Reliabilitas.....	42
Tabel 4.13. Hasil Uji Hipotesis	43
Tabel 4.14. Hasil <i>Goodness of-Fit Index</i>	45
Tabel 4.15. Hasil <i>Indiret Effect</i>	50

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1.Kerangka Penelitian	19
Gambar 4.1.Hasil Estimates.....	44
Gambar 4.2.Hasil <i>T-Value</i>	46

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner
- Lampiran 2. Hasil Kuesioner
- Lampiran 3. Karakteristik Responden
- Lampiran 4. Statistik Deskriptif
- Lampiran 5. Uji Validitas
- Lampiran 6. Uji Reliabilitas
- Lampiran 7. Uji Normalitas
- Lampiran 8. Uji Struktural Equation Model

ABSTRAK

Di era *modern* ini perkembangan teknologi tumbuh semakin pesat sehingga menyebabkan internet tidak dapat lepas dari sebagian orang. Perkembangan teknologi yang sangat pesat saat ini, membuat seseorang menjadi lebih mudah untuk berbelanja. Belanja tidak harus dengan datang ke toko saja, tetapi dengan menggunakan internet saja konsumen bisa berbelanja dengan mudah, dan juga memiliki berbagai pilihan produk yang sangat beragam. Tujuan dari penelitian ini adalah pengaruh *customer satisfaction* terhadap *customer loyalty* dengan mediasi *trust* dan *commitment* pada konsumenn Lazada.

Populasi dari penelitian ini adalah konsumen yang berumur minimal 17 tahun dan Pengguna internet. Sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling* dan pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Sampel berjumlah 100 responden yaitu pria dan wanita. Pengumpulan data menggunakan kuesioner dibagikan secara langsung. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian adalah SEM (*structural equation modeling*).

Hasil pengujian menunjukkan bahwa *customer satisfaction* mempunyai pengaruh terhadap *trust*. *Customer satisfaction* mempunyai pengaruh terhadap *commitment*. *Customer satisfaction* mempunyai pengaruh terhadap *customer loyalty*. *Trust* mempunyai pengaruh terhadap *commitment*. *Commitment* mempunyai pengaruh terhadap *customer loyalty*. *Customer satisfaction* mempunyai pengaruh terhadap *commitment* melalui *trust*. *Customer satisfaction* mempunyai pengaruh terhadap *customer loyalty* melalui *commitment*. *Trust* mempunyai pengaruh terhadap *customer loyalty* melalui *commitment*.

Kata Kunci : *customer satisfaction, trust, commitment, customer loyalty*

ABSTRACT

In this modern era of technological development is growing more rapidly, causing the Internet can not be separated from some people. Rapid technological development today, make a person become easier to shop. Shopping does not have to come to the store alone, but by using the Internet, consumers can shop with ease, and also has a wide selection of products is very diverse. The purpose of this study was the effect of customer satisfaction on customer loyalty with the mediation of trust and commitment to the consumer Lazada.

The population of this research is that consumers at least 17 years old and Internet users. Sampling used in this study is nonprobability sampling and sampling using purposive sampling. Sample of 100 respondents, men and women. Collecting data using questionnaires distributed directly. Data analysis techniques used in the study is a SEM (structural equation modeling).

The test results show that customer satisfaction has influence on trust. Customer satisfaction has influence on commitment. Customer satisfaction has influence on customer loyalty. Trust has influence on commitment. Commitment has influence on customer loyalty. Customer satisfaction has influence on commitment through trust. Customer satisfaction has influence on customer loyalty through commitment. Trust had influence customer loyalty through commitment.

Keywords : *customer satisfaction, trust, commitment, customer loyalty*